

創意大師思維

全圖解

20 位藝術大師的成功哲學

張小哈 著



在大師眼裏，創造力是怎樣誕生呢？



創意大師思維

全圖解

20位藝術大師的成功哲學

張小哈 著

前言：找到屬於你的「啊哈時刻」

2013 年，我在深圳
買了一份
負波普創作的「深圳怪誕地圖」。



我回想起
我經歷過的那些相似的
「啊哈時刻」：



這些經歷讓我意識到：創造力帶來的快樂
可以是無價的。2015 年，我萌生了自己
創作一份地圖的想法，可是……



我真的學會了軟件，
摸索出一種不成熟但還算有趣的畫風，
也終於把地圖印了出來。



領導、溝通、執行能讓我們獲得金錢、地位、名聲，相比之下，看似虛無縹緲的創造力能帶來甚麼呢？「創造力是我們生活意義的核心來源。」



而那些在設計、建築、藝術等領域的創意大師在創作時，一定是充滿熱情的，能體驗到幸福的心流的。



帶着這樣的疑問，我決定用更加有趣獨特的角度去探索創意誕生的過程。



當年那份 30 元買的地圖帶給我的快樂，我想傳遞給更多的人……



目錄

前言：找到屬於你的「啊哈時刻」	002
-----------------	-----

洞察：剛剛好就很好	006
-----------	-----

 深澤直人 通過對人行為與意識的洞察，為情景找到答案。	009
 無印良品 通過對需求的洞察，用「需要」代替「想要」。	019
 原研哉 通過對事物本質的洞察，豐富訊息的感知方式。	030

簡化：減法與極致	043
----------	-----

 蘋果公司 通過對產品設計的簡化，提升用戶體驗。	047
 村上春樹 通過對生活方式的簡化，保持專注集中力。	057
 杉本博司 通過對時間空間的簡化，提煉藝術觀念。	067

融合：跨界與聯想	081
----------	-----

 三宅一生 通過藝術與技術的融合，挑戰服裝定義。	084
 卡拉特拉瓦 通過多學科的融合，構建獨樹一幟的設計理念。	093
 魯爾工業區 通過融合創意於記憶，讓廢棄工業區重生。	105
 高迪 通過感性與理性的融合，表達大自然的生命力。	114
 周杰倫 通過題材、樂器、視覺聽覺、曲風的融合，構築天馬行空的音樂世界。	127

突破：打破常規的逆向思維 139



赫斯維克

突破常規設計思路，從不重複他自己。

142



Freitag

突破背包定義，打造獨特的品牌理念。

154



柏林國會大廈

突破政府公共形象，用設計思維讓城市重生。

163



BIG 建築

突破建築師精英形象，在限制中發揮最大創造力。

171



扎哈

突破性別與種族、思想與手法的束縛，用設計驚艷世界。

184

堅韌：站在黑暗中望向光明 191



Airbnb 始創人

他從小就不會對熱愛的事情淺嘗輒止。

194



安藤忠雄

創造，正源於逆境。

204

自我：自我覺察與自我表達 216



草間彌生

用藝術治癒自我。「創作，是自身內部溢出的必然性。」

220



奈良美智

用繪畫找回自我。「孩子在獨處時從不孤單。」

232

洞察

剛剛好就很好



創造力，是如何誕生的？
在我們的腦海中，
都有關於需求的小小思維碎片。



當把需求拼合在一起，
有人，也許會發現模糊的輪廓。



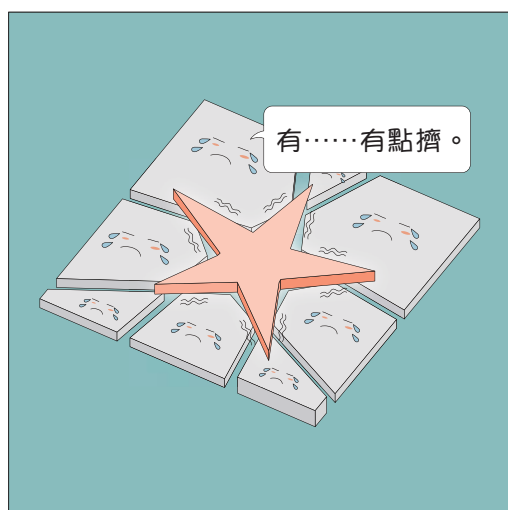
這時，需要有人把形狀雕琢出來，
這就是設計師出場的時間了！

△(˘ ˘)△



可常常會得到這樣的結果：
有的設計過於彰顯個性；

ㄟ_ㄟ



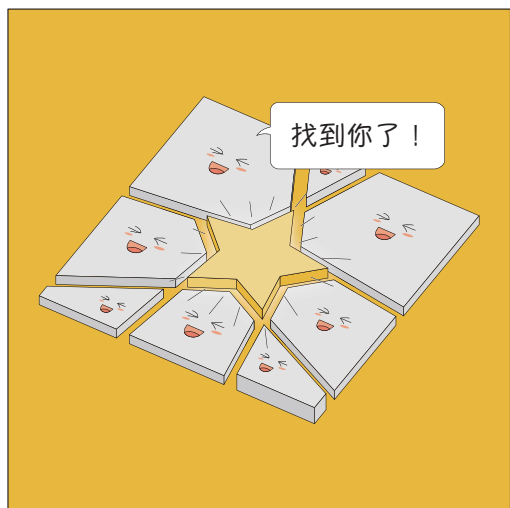
有的設計沒有滿足需求；

☹_☹

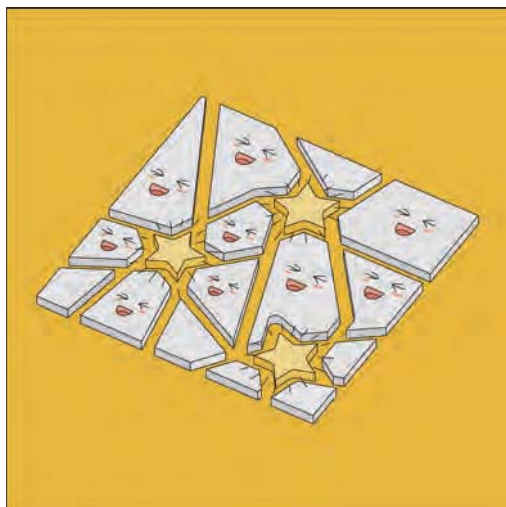


當然，有人總能找到最佳形狀！

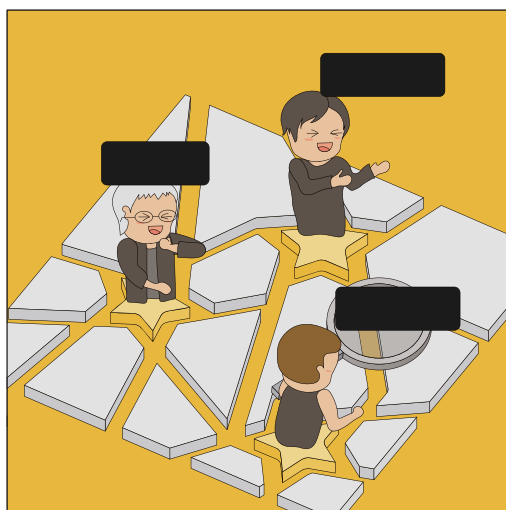
(•̀•́) ✨



找到最佳形狀的人，
首先洞察了需求的形狀。



創造力，就在洞察需求最佳形狀的
過程中誕生。



深澤直人

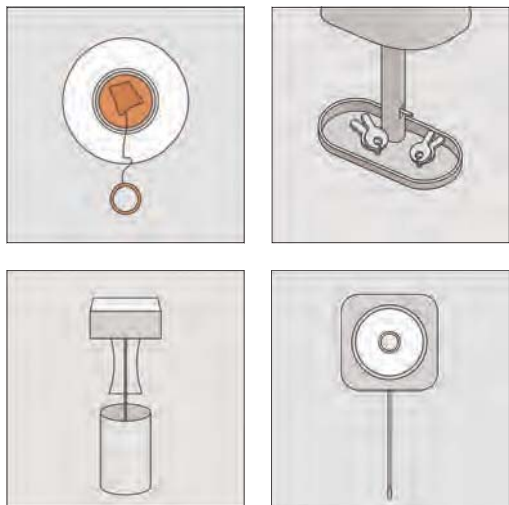
通過對人行為與意識的洞察，為情景找到答案。



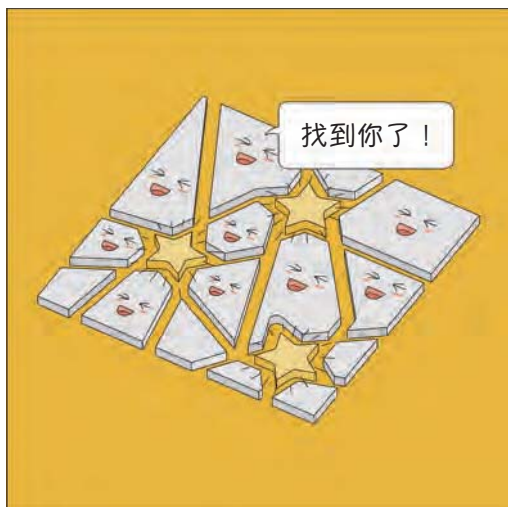


深澤直人

日本工業設計師深澤直人的作品畫風，
總是看起來「略顯平凡」，
沒那麼「有設計感」。



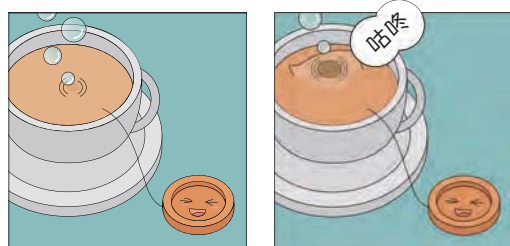
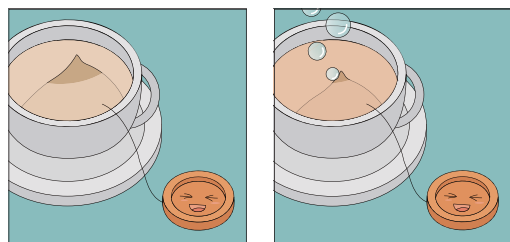
但他的設計卻總能精準地觸到人們的点，
甚至讓人忽略「設計感」的存在！
他把這種理念稱為「無意識設計」。



如果我們能在深澤直人設計的世界生活
一天，將會是怎樣的體驗呢？

7:00 起床泡茶

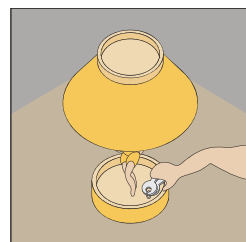
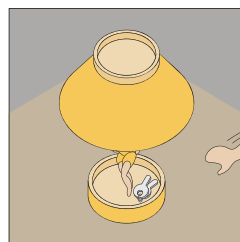




在線繩的末端繫了一個半透明的環，
環的顏色：紅褐色 = 足夠濃的茶色。
兩個顏色接近時，就意味着可以喝茶了。



8:00 出門





深澤直人

離開家的時候，人一般要幹甚麼呢？



8:30 等公共交通



看似讓人納悶的凹槽，
當你下意識地想要掛東西時，
才會發現：這真是「暖男」般的設計！





15:00 在公司打印中



將兩個普通的物品結合起來，讓行為更加順暢，不被打斷。



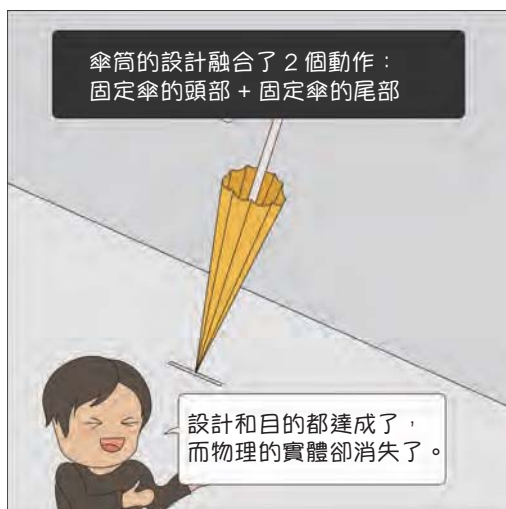


深澤直人

18:00 回家



地面上的凹槽自然而然地就成為了傘架，
沒有出現實體，卻很好地解決了問題！





18:10 放鑰匙



19:10 煮飯、吃飯





深澤直人



電飯煲的蓋子做成扁平的，
就可以放飯勺了，
吃飯也不會被「糾結」所打斷。



22:30 睡前





這款無印良品的產品被大家所熟知，拉一下繩子，CD 像風扇一樣旋轉着，音樂便緩慢播放出來了。



生活中，有太多無形中消耗人能量的小細節：





深澤直人

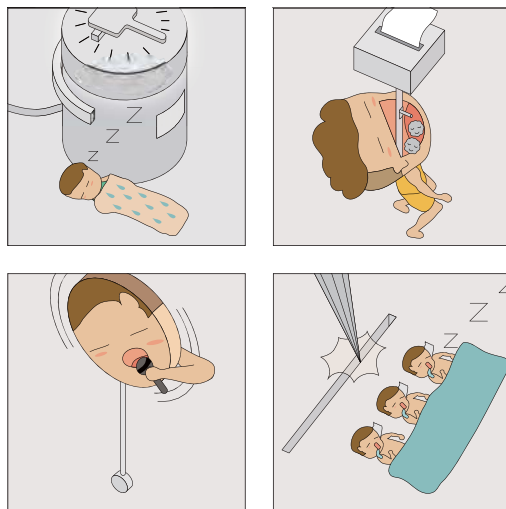
它們看似習以為常，
即使消失，人們可能都察覺不到。
可深澤直人偏偏將這些小細節
察覺到並改善了。



一件件物品安靜地躺在身旁，
像守護神一樣默默守護，
不多，不少，不吵，不鬧……



給看不見的期望賦予形式，
他設計着平凡。
也因為太平凡，人們可能不會察覺到：
「啊，這就是最懂我的暖心
設計！」(o'w'o)"



我：「你知道我想要怎樣的設計嗎？」



無印良品

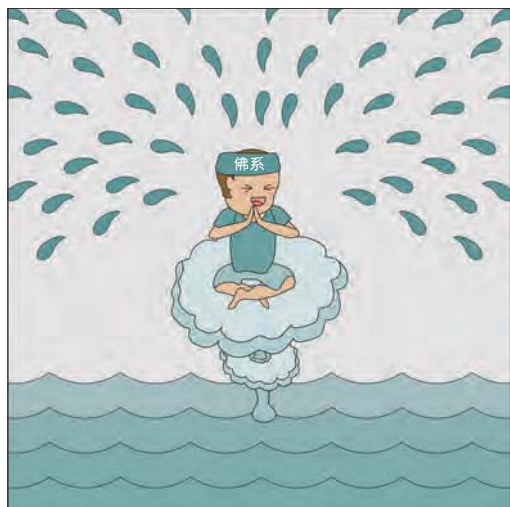
通過 對需求的洞察，用「需要」代替「想要」。





無印良品

無印良品可謂是
商業世界的一股清流了。



定位理論之父阿爾·里斯曾說：
「品牌是條橡筋，你多伸展一個品種，
它就多一分疲弱。」
但無印良品卻甚麼都賣：



大多數品牌都有一個響亮的名稱，
可無印良品卻直接叫「無品牌」。

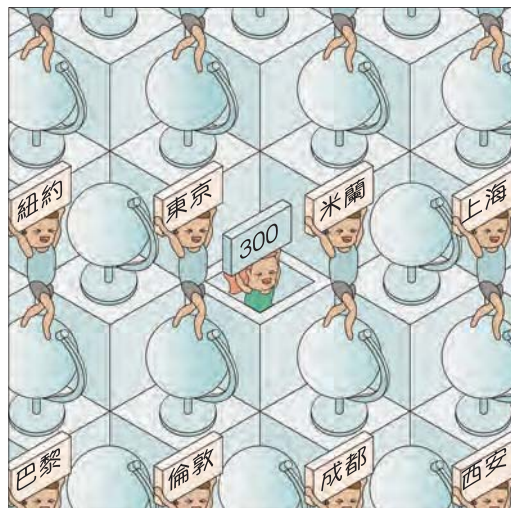


大多數品牌請知名設計師參與設計時，
都會大張旗鼓地宣傳。
但無印良品動用了設計大師，
卻不在產品上署名。





它一直走傳統品牌理念的反方向，
卻創造了一個商業奇跡，
在全球已開 300 多間門市。



如今，在商業世界裏
已存活 30 多年的無印良品，
為何能受到全世界消費者的喜愛？



我們可以把無印良品的「洞察」
分為 3 個階段：



階段 1：對時代需求的洞察

「便宜，源自合理。」





無印良品

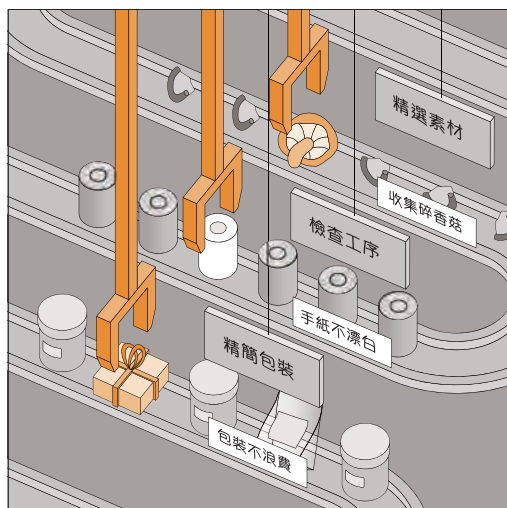
社會上的商品分為 2 種：



無印良品洞察到：
在這消費慾望過度的時代，
人們需要喘一口氣，去追求生活的本源。



於是提出了這樣的口號：
「便宜，源自合理。」



產品設計

人們往往傾向購買外觀好看的商品：
完整的香菇、意大利粉、三文魚、肥皂。

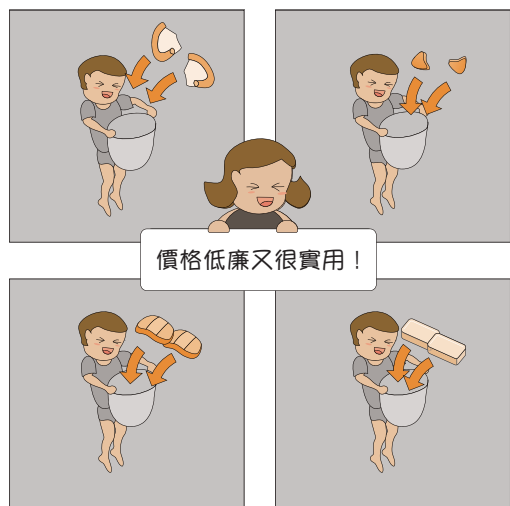




可味道和使用實際上與外觀無關，
如果被扔掉的話，那也太浪費了。



無印良品發現了這種潛在的需求，
將外觀不那麼完美的商品進行售賣，
一面世就受到了消費者的喜愛。



視覺設計

田中一光當時是無印良品的藝術總監，
設計了單色簡約的海報。



店鋪設計

這是無印良品的第一家店鋪：





階段 2：對人類行為的洞察

「如水一般的存在。」



日本的勞動力成本逐漸升高，
曾經的「便宜」
也變得不那麼「合理」了……



無印良品必須提出更深層次的理念，
才能有更長久的生命力。



產品設計

進行一點點改動，生活便更更好了。

(1) 雨傘





怎麼辦呢？



做記號後……



(2) 儲物櫃



怎麼辦呢？





加上轆後……



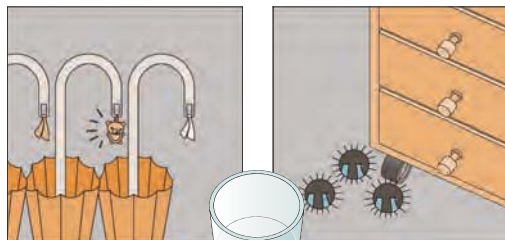
(3) 毛巾



壓痕也有它存在的理由……



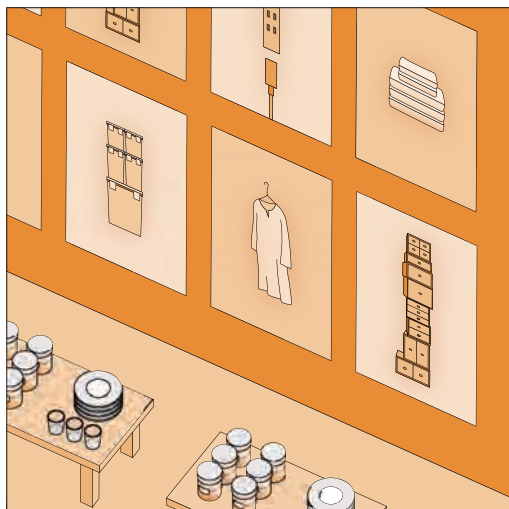
看似簡單平凡的設計，
其實包含了對生活的洞察力，
如水一般，溫和而不可或缺。





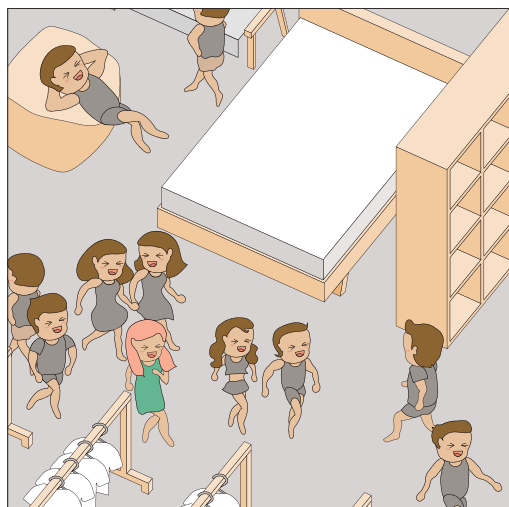
視覺設計

這一系列海報極其簡單，
清晰地傳遞着「物品的價值」。



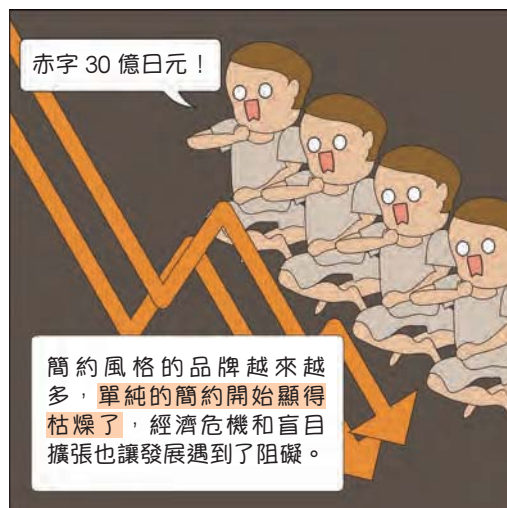
店鋪設計

在店鋪中劃分出生活場景的體驗區，
人們在「基本款」中想像着生活的模樣。



階段 3：對東方哲學的洞察

「空」與「禪意」



2002 年，田中一光把藝術總監的接力棒
傳給了原研哉，3 天後便去世了。



創意大師思維

全圖解

20位藝術大師的成功哲學

作者

張小哈

責任編輯

嚴瓊音

美術設計

李嘉怡

排版

萬里機構製作部

出版者

萬里機構出版有限公司

香港北角英皇道499號北角工業大廈20樓

電話：2564 7511

傳真：2565 5539

電郵：info@wanlibk.com

網址：<http://www.wanlibk.com>

<http://www.facebook.com/wanlibk>

發行者

香港聯合書刊物流有限公司

香港新界大埔汀麗路36號

中華商務印刷大廈3字樓

電話：(852) 2150 2100

傳真：(852) 2407 3062

電郵：info@suplogistics.com.hk

承印者

中華商務彩色印刷有限公司

香港新界大埔汀麗路36號

出版日期

二零二零年四月第一次印刷

版權所有・不准翻印

All rights reserved.

Copyright© 2020 Wan Li Book Company Limited

Published in Hong Kong

Printed in China

ISBN 978-962-14-7214-4

本書由機械工業出版社獨家授權中文繁體字版本之出版發行

創意大師思維

全圖解

—— 20位藝術大師的成功哲學 ——

三宅一生



他設計的衣服為甚麼能讓喬布斯穿上12年？

保持自律為何是藝術家重要的資產之一？



村上春樹

BIG 建築



打破常規背後可有甚麼設計核心？

怎樣透過繪畫圓點點來治癒自己內心的負能量？



草間彌生

這是一本非一般的漫畫書，它正彰顯着創意的無限！

書中講述 20 個極具創新精神和創造力思維的大師和案例，不僅為設計師、藝術家、企業家而設，也適合各行各業，不同年齡的讀者，因為我們正生活在一個需要創造力的時代！



ISBN 978-962-14-7214-4



HK\$98.00 NT\$440.00
Published in Hong Kong
建議上架分類：流行文化/漫畫藝術



萬里網站

萬里機構 wanlibk.com
www.wanlibk.com
萬里機構出版有限公司
WAN LI BOOK COMPANY LIMITED